

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЇ ROSHEN

Студ. Євдоченко В.А.

Наук. керівн.: доц. Квіта Г.М., доц. Шіковець К.О.
Київський національний університет технологій та дизайну

В процесі розробки, реалізації та коригування маркетингової стратегії підприємства використовують значні обсяги інформації, ефективне використання якої можливе тільки в умовах застосування сучасних інформаційних систем. Це стає можливим в умовах підготовки кваліфікованих фахівців в області маркетингової діяльності, здатних працювати в умовах розвитку інформатизації – насичення виробництва і невиробничої сфери всезростаючими потоками інформації і керування ними. У бізнесі і маркетингу як ні в якій іншій сфері визначальними є проблеми, пов'язані зі збором, збереженням, пошуком, переробкою, перетворенням, поширенням і використанням інформації. Лише сучасні інформаційні технології дозволяють практично миттєво підключатися до будь-яких електронних масивів, одержувати всю необхідну інформацію і використовувати її для аналізу, прогнозування, прийняття управлінських рішень у сфері бізнесу, комерції, маркетингу. Варто зазначити, що останнім часом країни-споживачі української кондитерської продукції почали запроваджувати ввізне мито на продукцію вітчизняних кондитерських підприємств, мотивуючи це захистом власних виробників. Це сприяло перенасиченню українського внутрішнього ринку кондитерськими товарами і, внаслідок цього, згортанням виробничих потужностей підприємств (рис. 1).

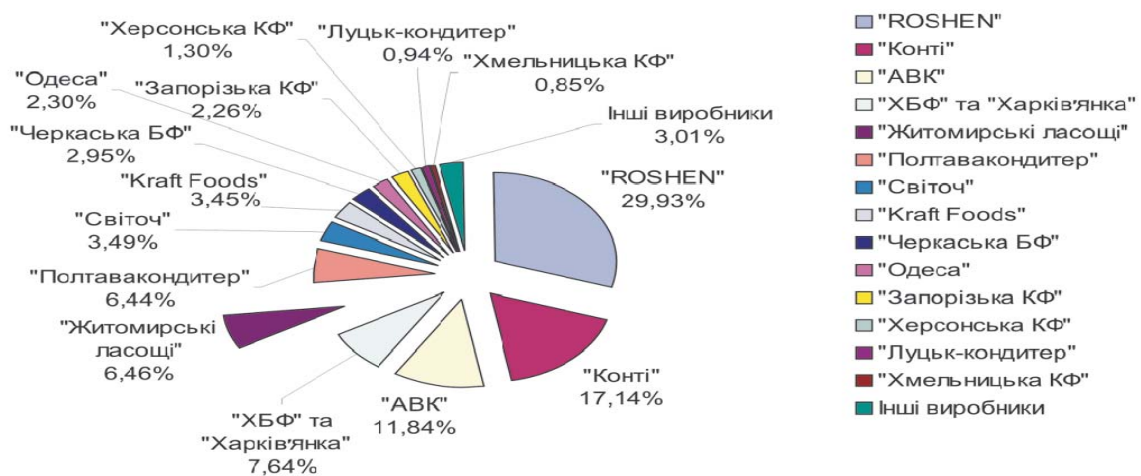


Рис. 1. Розподіл ринку кондитерських виробів України у 2013 р.

На сьогоднішній день основним стратегічним завданням для корпорації ROSHEN є формування довіри споживачів до його кондитерських виробів, формування стійкого попиту на свою продукцію, повне оновлення технологічних ліній виробництва та використання сучасних інформаційних технологій. Для зміцнення довіри до якості продукції корпорації ROSHEN планується стовідсоткова зміна технологічних ліній, розширення виробничих площ, впровадження нових видів продукції та розширення асортименту наявних видів.

Ефективне використання маркетингової інформації можливе тільки за умови формування інформаційної системи маркетингу, необхідність формування якої пов'язана з сучасною концепцією маркетингу. На цей час приділяється багато уваги автоматизації діяльності підприємств, але систем, які врахували б потреби саме маркетингу практично не існує. Тому для реалізації продукції корпорації ROSHEN необхідно впровадити сучасну інформаційну систему, а саме, Інтернет-магазин.